

BAB II

Kajian Pustakan dan Landasan Teori

2.1 Kajian Pustaka

Dalam kajian pustaka ini akan mengkaji beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Go Food Terhadap Pendapatan Rumah Makan. Menurut penelitian terdahulu sebagai berikut:

Barus Lestari Sukma, Irene dan Mudzakir (2016) melakukan penelitian yang berjudul, “Analisis Pengaruh Beban Operasional pada Pendapatan Usaha dan Dampaknya terhadap Laba Bersih”. Penelitian ini mengkaji tentang sejauh mana hubungan yang signifikan antara pengaruh beban operasional terhadap pendapatan usaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan analisis moderasi regresi untuk mengukur hubungan asosiatif kausalistik antara variable independen (total beban operasional) dengan variable moderating (pendapatan bersih usaha) dan variabel dependen (laba bersih setelah pajak). Data yang diambil dari Bursa Efek Indonesia dengan objek penelitian 16 unit perusahaan dari tahun 2010-2014. Selanjutnya pengukuran data menggunakan analisis moderasi regresi. Lalu teknik sampel yang digunakan adalah menggunakan metode purposive sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa beban operasional mempunyai hubungan yang positif (dengan tingkat signifikansi 5%) terhadap laba bersih pada perusahaan Food dan Beverage.

Makanya pada saat itu belum banyak rumah makan bahkan restaurant yang menggunakan kecanggihan teknologi. Jangankan untuk memesan makanan untuk berkomunikasi saja masih terbatas. Namun dengan berkembangnya jaman, teknologi saat ini sudah jauh berbeda semua dapat diakses dengan kemudahan yang sudah disediakan. Dimana semua orang dengan mudah memesan makanan yang mereka inginkan hanya dengan memesan lewat online ke rumah makan yang sudah menyediakan layanan online.

Kimes (2008) melakukan penelitian yang berjudul, “ The Role of Technology in Restaurant Revenue Management”. Penelitian ini mengkaji tentang sistem teknologi yang dapat meningkatkan pendapatan restoran. Metode yang digunakan adalah dengan melakukan survei ke beberapa restoran. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan analisis keuangan, dimana analisis ini dimulai dengan menghitung jumlah jam per minggu ketika pelanggan harus menunggu atau ketika reservasi ditolak. Dengan kata lain peneliti ingin menunjukkan bahwa teknologi dapat berdampak positif terhadap kenaikan pendapatan restoran. Pemilik restoran harus bisa menyeimbangkan antara pelayanan dengan kemudahan pelanggan dalam melakukan pemesanan.

Kimes Ph.D (2011) melakukan penelitian yang berjudul, “ The Current State of Online Food Ordering in the U.S Restaurant Industry”. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh dari kecanggihan teknologi dalam mengatur jalannya suatu restoran yang ada di US. Metode yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan metode kualitatif dengan melakukan survei ke 372 restoran yang ada di US. Hasil dari penelitian ini adalah ternyata seperempat dari hasil survei

menunjukkan bahwa konsumen telah melakukan pemesanan secara online. Pemilik restoran pun juga senang dengan adanya pesan online ini, menurut mereka pemesanan online telah memenuhi atau melampaui harapan mereka. Tetapi dalam penelitian ini tidak ditemukannya peningkatan yang berarti dalam pemeriksaan rata-rata, hanya ada peningkatan frekuensi pesanan. Contohnya, manfaat terbaik dari pemesanan online adalah penghematan tenaga kerja, karena karyawan tidak terikat di telepon atau di konter. Ketepatan pesanan adalah manfaat lain yang dilakukan oleh operator restoran.

Yulianto, Budi dan Dewi, Citra Lusiana dan Wijaya (2014) melakukan penelitian yang berjudul, “Peran Website Restoran terhadap Daya Tarik Konsumen Online”. Penelitian ini mengkaji tentang pentingnya restoran harus memiliki website restoran yang menarik dan mudah diakses agar konsumen tertarik pada suatu restoran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan waterfall dalam perancangan website restoran yang meliputi tahapan sistem engineering, analisis, desain, pengujian. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui cara merancang website restoran yang menarik dan mudah diakses. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran website restoran berpengaruh positif terhadap daya tarik konsumen, memudahkan konsumen untuk mengakses informasi suatu restoran, sehingga dapat meningkatkan jumlah pendapatan suatu restoran. Itulah yang membuat para pengusaha rumah makan menjadi lebih banyak menggunakan kecanggihan teknologi khususnya dengan memanfaatkan layanan Go-Food yang sudah ada saat ini.

Supriyanto, Antok dan Kirana (2008) melakukan penelitian yang berjudul, “Sistem Informasi Manajemen Pemesanan Makanan Cepat Saji Melalui Internet Dengan Multi Outlet”. Penelitian ini mengkaji tentang pemanfaatan teknologi saat ini yang semakin canggih dalam melakukan pemesanan makanan cepat saji via online. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan siklus hidup pengembangan sistem (SDLC, System Development Life Cycle) yaitu meliputi identifikasi masalah, menentukan syarat-syarat, menganalisis kebutuhan sistem, merancang sistem yang direkomendasikan, mengembangkan dan mendokumentasikan perangkat lunak, menguji dan mempertahankan sistem, serta mengevaluasi sistem. Sedangkan penentuan jarak terpendek menggunakan metode travelling salesman. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat memberikan respon yang positif dalam hal mempermudah dalam memesan makanan cepat saji, namun ada kekurangan dalam penelitian ini salah satunya konsumen hanya bisa mengetahui nomer telepon outlet tertentu yang lokasinya sangat jauh dari konsumen yang menyebabkan konsumen akan lama menunggu pesanannya datang.

Defrina, Debbie dan Lestari (2017) melakukan penelitian yang berjudul, “Aplikasi Pemesanan Makanan dan Minuman Online Berbasis Mobile Browser pada Restoran Tiga Saudara”. Penelitian ini mengkaji tentang kualitas pelayanan dalam suatu restoran adalah proses pemesanan (order). Proses pemesanan yang banyak digunakan oleh restoran adalah sistem order secara manual. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menyebar kuisioner. Objek penelitian ini para konsumen yang ingin memesan makanan dan

minuman online dapat melalui Mobile Browser pada Restoran Tiga Saudara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen memberikan respon yang positif terhadap adanya Mobile Browser yang dapat memudahkan konsumen dalam memesan di Restoran Tiga Saudara dan konsumen bisa langsung membayarnya tanpa perlu mengantri. Dengan menggunakan layanan Go-Food maka pengusaha rumah makan mendapatkan kemudahan tanpa harus bersusah payah membuat aplikasi sendiri, hanya dengan mendaftar di Go-Food maka nama rumah makan akan langsung dikenal di kalangan konsumen.

Hedynata, Livia Marceline dan Radianto (2016) melakukan penelitian yang berjudul, “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan LUSCIOUS Chocolate Potato Snack”. Penelitian ini mengkaji tentang strategi promosi yang dapat meningkatkan penjualan produk LUSCIOUS Chocolate Potato Snack. Yang dirasa kalau sebelumnya penjualan dari LUSCIOUS Chocolate Potato Snack itu belum berjalan secara maksimal. Maka dari itu dilakukannya penelitian ini agar mampu membantu pemasaran serta meningkatkan omzet penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Kalau pengambilan datanya dengan menggunakan metode purposive sampling. Yaitu dengan menggunakan metode wawancara yang melibatkan 12 informan (5 konsumen, 2 agen personal reseller, 2 owner perusahaan sebagai agen distributor, dan 3 ahli marketing). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa LUSCIOUS Chocolate Potato Snack membutuhkan perbaikan dan peningkatan strategi promosi yang mendasar pada 8 model bauran promosi. Terdapat 5 model bauran promosi yang terpilih sebagai fokus perbaikan strategi promosi

LUSCIOUS yang masih startup business, yaitu Acara dan Pengalaman, Pemasaran Langsung, Promosi Penjualan, Pemasaran Interaktif Online dan Pemasaran dari mulut ke mulut. Sedangkan untuk 3 bauran promosi lainnya, yaitu Penjualan Personal, Hubungan Masyarakat dan Publisitas, dan Iklan, tidak menjadi fokus strategi promosi LUSCIOUS yang harus diperbaiki atau ditingkatkan dalam jangka waktu dekat.

Panjaitan, M. A dan Jobiliong (2015) melakukan penelitian yang berjudul, “Strategi Peningkatan Jumlah Konsumen di Rumah Makan Long’s Food”. Penelitian ini mengkaji mengenai rumah makan Long’s Food yang didirikan pada tahun 2012. Rumah makan ini menyajikan berbagai jenis makanan *Chinese* dan Indonesia yang berlokasi di Kota Tangerang. Pada tahun ke dua rumah makan Long’s Food mengalami kerugian yang disebabkan menurunnya jumlah konsumen. Maka dari itu diperlukan strategi sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance-Performance Matrix*, SERVQUAL (gap 5) dan HOQ dan SWOT. Untuk mendapatkan data maka dilakukannya wawancara atau penyebaran kuesioner, setelah itu data yang didapat akan dianalisis dengan metode diatas. Metode itu dapat membantu mentarformasikan data ke dalam model kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian dengan menggunakan metode SERVQUAL (gap 5), HOQ dan analisis SWOT menunjukkan adanya kesenjangan ekspektasi dan persepsi konsumen.

Gunawan dan Saputri (2014) melakukan penelitian yang berjudul, “Pengembangan Sistem Online Delivery “FOOD MAMBO”. Penelitian ini

mengkaji mengenai proses pembelian makanan secara langsung atau tradisional namun memiliki beberapa kelemahan dan kekurangan, misalnya untuk konsumen yang seharian hanya di depan komputer atau laptop tanpa punya waktu untuk ke mana-mana membuat konsumen tersebut tidak bisa membeli makanan secara langsung, padahal konsumen ingin makan makanan yang ada di restoran tertentu. Proses pembelian makanan dengan sistem *delivery* juga memiliki kendala yang menyebabkan kesalahan komunikasi bagi penelepon dan petugas yang mungkin disebabkan oleh sinyal yang kurang baik, kata-kata yang sulit diucapkan sehingga kurang jelas, menu yang tidak dapat dilihat secara langsung oleh pelanggan, dan kendala lainnya. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode portotyping. Prototyping adalah pengembangan cepat dan pengujian terhadap model atau prototipe dari aplikasi baru pada proses yang interaktif dan iteratif yang bisa digunakan oleh kedua spesialis sistem informasi dan profesional bisnis. Hasil dari penelitian ini adalah mempermudah konsumen melihat informasi restoran melalui website serta memberikan kepuasan yang tinggi dan memberikan pelayanan yang baik serta kenyamanan untuk konsumen pada saat melakukan pemesanan secara online.

Dengan begitu pengusaha rumah makan memberikan tanggapan yang positif dengan adanya website ini, hanya menunggu pesanan online dari konsumen maka mereka tinggal menyiapkan makanan yang dipesan lalu diantarkan sesuai dengan alamat yang sudah ditunjukkan oleh konsumen.

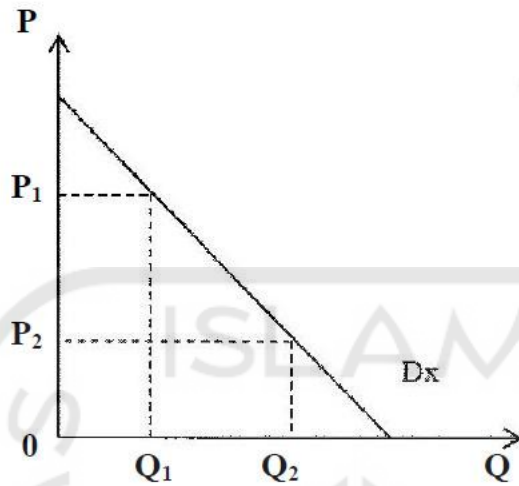
2.2 Landasan Teori

Menggunakan teori permintaan dan teori penawaran yang mendasari judul Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Go Food terhadap Pendapatan Rumah Makan.

2.2.1. Teori Permintaan

Teori permintaan pada dasarnya merupakan perangkat analisis untuk melihat besaran jumlah barang atau jasa yang diminta serta pertambahan permintaan akan sesuatu barang atau jasa berdasarkan hukum permintaan. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan, “Hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat”.

Kurva permintaan adalah sebuah grafik yang menunjukkan hubungan antara harga barang atau jasa dengan jumlah barang atau jasa yang diminta. Dapat ditunjukkan pada gambar kurva di bawah ini, menurut Gilarso (2000:21) menjelaskan kurva di bawah ini:



Gambar 2.1. Kurva permintaan

Pada (Gambar 2.1) Kurva seperti ini disebabkan oleh sifat hubungan antara harga dan jumlah yang diminta, yang mempunyai sifat hubungan yang terbalik. Kalau jika ada salah satu variabel naik (misalnya harga) maka variabel yang lainnya akan turun (misalnya jumlah kuantitas yang diminta). Hubungan tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk fungsi, yang disebut dengan fungsi permintaan, dengan demikian yang disebut fungsi permintaan adalah fungsi yang menunjukkan hubungan antar tingkat harga (P) dengan jumlah barang atau jasa yang diminta (Q_d).

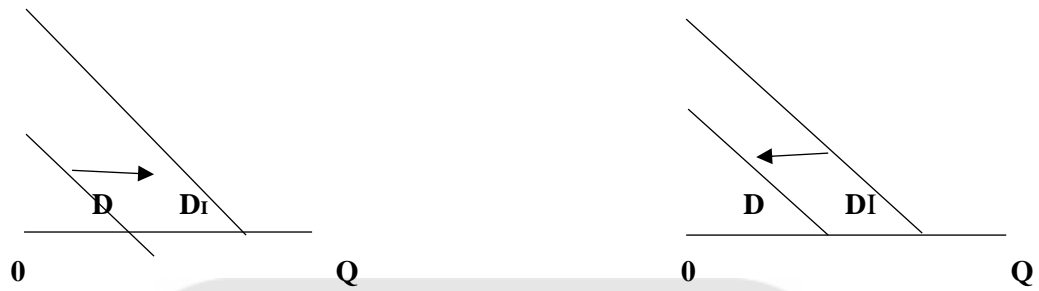
Menurut Sukirno (2005), Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan antara lain: harga barang, pendapatan kosumen, distribusi pendapatan masyarakat, selera masyarakat, jumlah penduduk, serta ekspektasi di masa yang akan datang. Perubahan permintaan dapat dipengaruhi oleh perubahan harga, perubahan selera masyarakat, perubahan pendapatan, dll.

Kenaikan Permintaan :

P

Penurunan Permintaan :

P



Gambar 2.2
Perubahan kurva permintaan

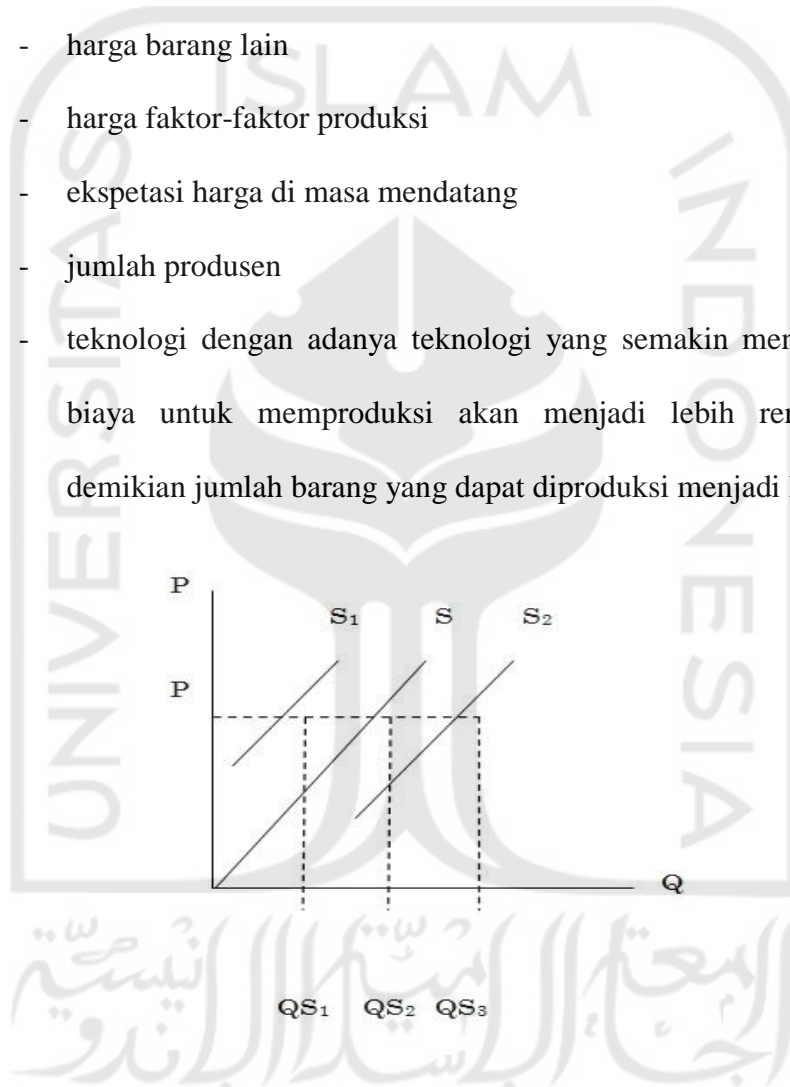
Pada gambar pertama kita mempunyai peningkatan permintaan dimana pergeseran kurva permintaan ke kanan pada sumbu kuantitas, dan gambar kedua penurunan permintaan dimana pergeseran kurva permintaan ke kiri pada sumbu kuantitas. Terjadinya perubahan permintaan pada rumah makan disebabkan adanya peningkatan akan selera konsumen atau daya tarik untuk memesan makanan melalui aplikasi Go-Food. Konsumen cenderung memilih memesan makanan melalui Go-Food karena lebih mudah dan praktis. Dengan adanya pelayanan melalui internet, para konsumen sangat dimanjakan dalam hal ini dikarenakan hanya dengan memasuki website, konsumen dapat langsung memilih jenis makanan yang disukainya tanpa harus terganggu aktivitasnya, dan beberapa saat kemudian makanan yang dipesan sudah datang dan siap dimakan.

2.2.2. Teori Penawaran

Penawaran adalah jumlah barang yang produsen ingin tawarkan atau jual pada berbagai tingkat harga selama satu periode waktu tertentu. Hukum penawaran, “Semakin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang, semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan”.

Faktor-faktor yang menggeser kurva penawaran jika penawaran bertambah yang diakibatkan oleh fakto-faktor diluar harga, maka supply akan bergeser ke kiri atas. Yang dapat menggeser kurva penawaran antara lain:

- harga barang tersebut
- harga barang lain
- harga faktor-faktor produksi
- ekspetasi harga di masa mendatang
- jumlah produsen
- teknologi dengan adanya teknologi yang semakin meningkat, berarti biaya untuk memproduksi akan menjadi lebih rendah, dengan demikian jumlah barang yang dapat diproduksi menjadi lebih banyak.



Gambar 2.3. Kurva penawaran

Kurva penawaran memperlihatkan apa yang terjadi dengan kuantitas barang yang ditawarkan ketika harganya berubah, dengan menganggap seluruh faktor penentu lainnya konstan. Jika satu dari faktor-faktor tersebut berubah, kurva penawaran akan bergeser (Mankiw, 2000).

2.2.3. Kerangka Pemikiran

Seperti yang sudah dijelaskan di atas beberapa hal mempengaruhi pendapatan rumah makan meningkat karena pengusaha rumah makan setelah bergabung dengan Go-Food.

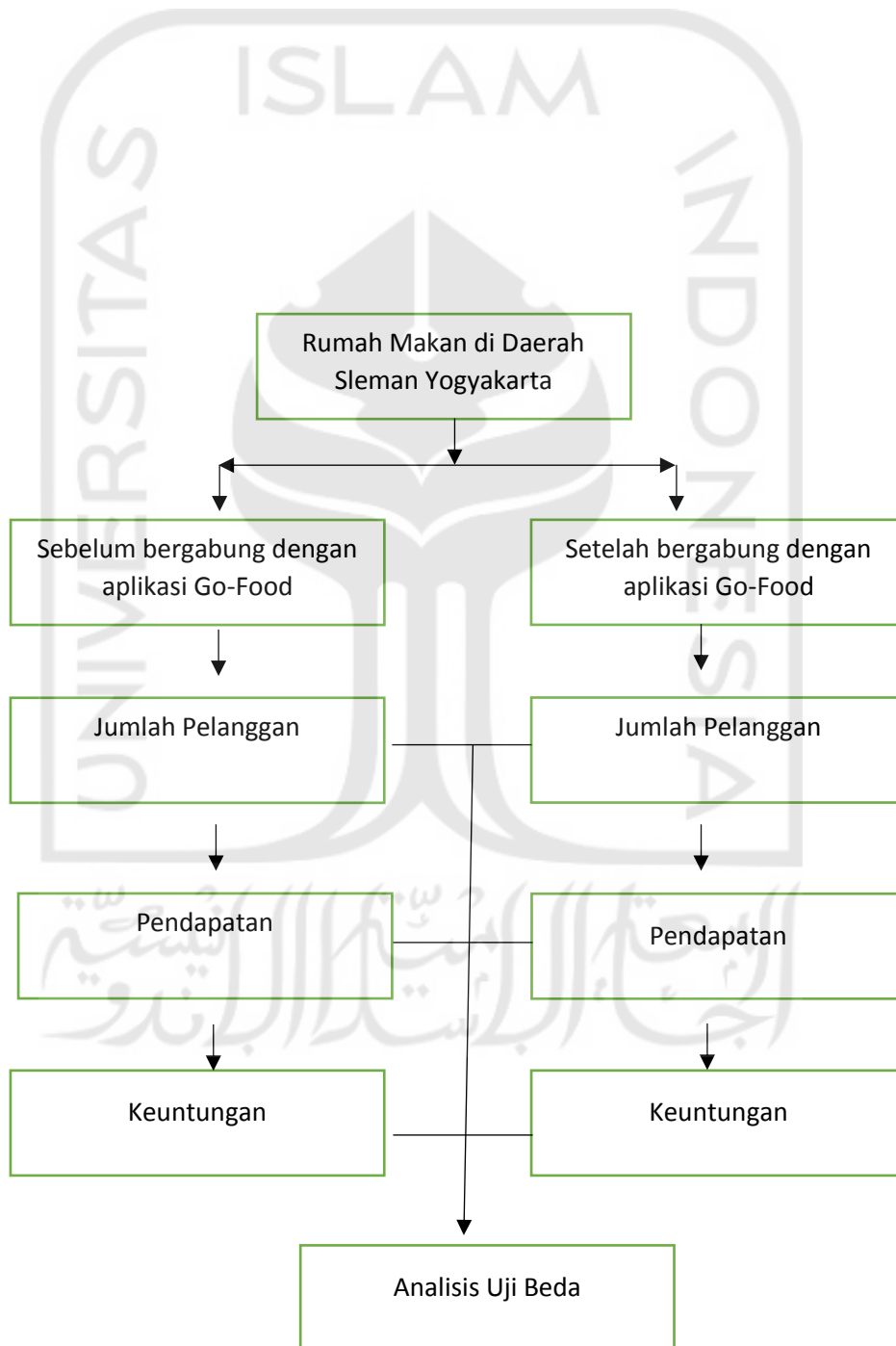
Selain itu juga dengan bertambahnya jumlah pelanggan yang datang ke rumah makan atau hanya sekedar memesan lewat aplikasi Go-Food. Pertambahan jumlah pelanggan ini disebabkan adanya selera dari pelanggan yang ingin memesan lewat aplikasi Go-Food meningkat, karena harga makanannya murah atau karena tempat dari rumah makan bagus. Dengan demikian usaha yang dilakukan bervariasi, mulai dari promosi, pelayanan yang ramah, sampai dengan adaptasi dengan kemajuan teknologi.

Salah satu upaya untuk menjangkau konsumen lebih banyak adalah dengan memanfaatkan layanan Go-Food yang banyak dilakukan oleh operator-operator transportasi *online*. Dengan bergabung di layanan Go-Food ada banyak keuntungan yang dapat diambil tidak hanya bagi rumah makan itu sendiri tetapi juga bagi *driver* Go-Food dan konsumen itu sendiri.

Keuntungan bagi pengusaha rumah makan bergabung dengan layanan Go-Food adalah dapat menjangkau konsumen lebih banyak, karena dengan layanan Go-Food memungkinkan meningkatkan kawasan yang lebih luas wilayahnya. Selain itu juga layanan Go-Food ini dapat sekaligus sebagai ajang promosi *online* bagi rumah makan tersebut. Dengan promosi *online* penjualan meningkat karena promosi merupakan cara mengkomunikasikan barang dan jasa yang di tawarkan maka dari itu banyak pengusaha rumah makan UKM (Usaha Kecil Menengah)

yang pada akhirnya bergabung dengan Go-Food dengan begitu pengusaha rumah makan akan sangat mudah dalam memasarkan rumah makannya.

Kerangka pemikiran dapat dilihat seperti pada gambar di bawah ini :



Gambar 2.4. kerangka pemikiran

2.3. Hipotesisi Penelitian

Adapun hipotesis yang diambil dalam penelitian ini adalah diduga adanya penggunaan aplikasi layanan Go-Food berpengaruh positif sehingga dapat meningkatkan pendapatan rumah makan.

Hipotesis dapat dituliskan sebagai berikut:

1. Ho : tidak terdapat perbedaan jumlah pelanggan rumah makan sebelum bergabung dengan Go-Food dan setelah bergabung dengan Go-Food.
Ha : terdapat perbedaan jumlah pelanggan rumah makan sebelum bergabung dengan Go-Food dan setelah bergabung dengan Go-Food.
2. Ho : tidak terdapat perbedaan jumlah pendapatan rumah makan sebelum bergabung dengan Go-Food dan setelah bergabung dengan Go-Food.
Ha : terdapat perbedaan jumlah pendapatan rumah makan sebelum bergabung dengan Go-Food dan setelah bergabung dengan Go-Food.
3. Ho : tidak terdapat perbedaan keuntungan rumah makan sebelum bergabung dengan Go-Food dan setelah bergabung dengan Go-Food.
Ha : terdapat perbedaan keuntungan rumah makan sebelum bergabung dengan Go-Food dan setelah bergabung dengan Go-Food.